

## Multi-Lingualität in der Unternehmenskommunikation

# Mit KI den „Schlüssel zur Welt“ schmieden

**Digitale Transformation** KI-Tools halten sukzessive Einzug in unseren Alltag und gestalten das Leben an vielen Stellen einfacher und effizienter. Die Unternehmenskommunikation profitiert in unterschiedlichsten Szenarien von einer automatisierten Übersetzungslösung.

„Die Sprache ist der Schlüssel zur Welt“: Knapp 200 Jahre nach dem Tod des Zitatgebers Wilhelm von Humboldt finden B-to-B-Marketer mithilfe Künstlicher Intelligenz neue Möglichkeiten, die Welt ihrer Zielgruppen zu erschließen. Sie haben verstanden, was sie verschenken, wenn ihre Informationen lediglich in der eigenen Landessprache verfügbar sind. Innovative Technologien übersetzen, untertiteln, transkribieren heute schließlich schon Video- und Audio-Inhalte automatisch. Damit ergeben sich nämlich neue Perspektiven für die Reichweite Ihrer Unternehmenskommunikation:

### 1. Content first! Sprachbarrieren sind von gestern

Sind die Produkte, Dienstleistungen und Firmeninformationen auf Ihrer Corporate Website nur für Menschen spannend, die beispielsweise Deutsch, Englisch oder Französisch sprechen? Wie steht es aber um die 1,3 Milliarden chinesisch-, 460 Millionen spanisch-, 525 Millionen hindi- und 290 Millionen arabischsprachigen Personen? Dies sind nur einige wenige Beispiele aus den über 7000 gesprochenen Sprachen und Dialekten dieser Welt. Erweitern Sie die Schnittmenge Ihres Angebotsportfolios und der Zielgruppe, indem Sie Content mehrsprachig anbieten und damit erreichen, dass Informationen, Services und Entscheidungshilfen weltweit verstanden werden.

### 2. Innovative Formate flexibilisieren

Rein textbasierte Informationen lassen sich bereits mit guter Qualität in Übersetzungsprogramme kopieren und ausgeben. Doch auch Videos und Podcasts sind längst gängige Formate der Business-Kommunikation. Neben dem Informationsgehalt verfügen diese über ein Vielfaches an Möglichkeiten, noch einprägsamer zu unterhalten, zu erklären und zu bilden. Darum ist es nur folgerichtig, attraktiven Video- und Audio-Content zu erstellen, der Lösungen für geläufige Herausforderungen im geschäftlichen Alltag präsentiert. Die erstellten multilingualen Inhalte können Unternehmen dann nicht nur auf ihrer Website veröffentlichen, sondern auch in den Social Media teilen – und so ihre Reichweite sowie Sichtbarkeit deutlich steigern.

### 3. Zielgruppen in deren Muttersprache ansprechen

Können Nutzer Content in der eigenen Muttersprache konsumieren, erhöhen B-to-B-Unternehmen damit ihre Sichtbarkeit auf den Plattformen. Indem sie zum Beispiel ihren LinkedIn-Auftritt internationalisieren – etwa mithilfe eines multilingualen Firmenprofils – und so ihre Marke im Netz stärken, öffnen sie sich für andere Märkte und machen ihr Business insgesamt sichtbarer. Zudem können Sie zusätzlich Video- oder Podcast-Beiträge auf



LinkedIn Pulse veröffentlichen. Mit einer entsprechenden Technologie braucht es nur einen Link, um die gewünschten Sprachspuren einzufügen. Das Ergebnis: Ihr Content wird in der vom Nutzer eingestellten Browsersprache wiedergegeben.

#### 4. Ihre Kommunikation barrierefrei gestalten

Stellen Sie sich die Frage, ob Ihre Inhalte auch für Menschen mit Handicaps relevant sein könnten? Schließlich zählen wir weltweit etwa 430 Millionen Menschen mit einer Hör- und 2,2 Milliarden mit einer Sehbehinderung. KI-Tools geben Ihren Texten eine Stimme in jeder gewünschten Sprache und sie können Audio- bzw. Video-Content durch Untertitel und Transkripte ergänzen. Damit erreichen Sie auch Menschen, zu denen Sie bisher keinen Zugang finden konnten.

#### 5. Die Sprachen der Welt in einem einzigen Piece of Content

Materialien müssen künftig nicht mehr aufwendig synchronisiert oder gar für die Landessprache jedes Zielmarkts individuell produziert werden. Indem B-to-B-Unternehmen mit dem KI-Multi-Linguualisierungs-Baukasten ihren vorhandenen Video- und Audio-Content bearbeiten, können sie die Sprachen dieser Welt in einem Piece of Content vereinen. Dieser lässt sich auf der Website einbetten und in den sozi-

alen Medien teilen. So erreichen sie nicht nur mehr Menschen, sie machen ihre Produkte sowie Services zugleich bekannter – und damit erfolgreicher.

#### 6. Mit Vielfalt zukunftssicher

Erfolgreicher machen Sie Ihr Unternehmen ebenso, wenn die interne Kommunikation stimmt. Hier ist die Sprachenvielfalt in der eigenen Belegschaft auch keine Seltenheit. Sollen neue Mitarbeitende möglichst rasch eingearbeitet und weiterentwickelt werden, lohnt sich die Überlegung, fachspezifische Inhalte auch in deren Erstsprache anzubieten. In dieser lernt es sich tatsächlich leichter, auch wenn die Alltagskommunikation in der Unternehmenssprache gut funktioniert. Zusätzlich finden Unternehmen mit mehrsprachigen Ausschreibungen leichter diejenigen Experten, nach denen sie mitunter im eigenen Land vergeblich suchen. Und nicht zuletzt leisten auch Firmen mit multikulturellen Teams einen Beitrag zur eigenen Corporate Identity, wenn sie Inhalte mehrsprachig zur Verfügung stellen können. ■



**BERND KORZ,**  
Gründer und Geschäftsführer der 2014 gegründeten alugh GmbH, gilt als einer der führenden Experten für KI-basierte Übersetzungen.

Fotos: © Adobe Stock, Unternehmen